

Prinzip 2:	Baden-Baden stärkt die umwelt- und stadtverträgliche Mobilität
Thema bzw. Handlungsfeld	Bedarfsorientierte Mobilität
Kurzbeschreibung:	<p>Neben dem auf Grund seiner Struktur durch eine gute Erschließung auch seitens des ÖPNV geprägten Stadtgebietes sind die Ortsteile gesondert zu betrachten. Dabei geht es neben der grundlegenden Sicherstellung der Mobilität insbesondere um die Fragestellung, wie zum einen eine mögliche Erhöhung der Angebote und zum anderen eine Abdeckung der Tagesrandzeiten mit geeigneten Maßnahmen erreicht werden kann.</p> <p>Es ist grundsätzlich zu prüfen, welche Angebotsformen im ÖPNV sowohl aus wirtschaftlicher als auch aus Nachfragesicht ein entsprechendes Level in Bezug zu der jeweiligen örtlich abbildbaren Struktur ermöglichen können. Dies bezieht explizit On-Demand-Lösungen ein.</p> <p>Dem Gegenüber wird eine Abbildung der realen Kosten – auch für die Bereitstellung der entsprechenden Infrastruktur – im Bereich des Parkens notwendig. Die stärkere Einbeziehung von Mitfahrangeboten durch entsprechende App-Lösungen als auch mittels Mitfahrbänken wird als ein ergänzender Baustein im Mobilitätsmix Berücksichtigung finden.</p> <p>Zur Weiterentwicklung hinsichtlich des sowohl durch Liefer- als auch Besorgungsfahrten erzeugten Verkehrsaufkommens ist eine örtliche Bündelung durch die Einrichtung von zentralen Lieferstationen in Betracht zu ziehen.</p>
Akteure:	Als Handelnde sind insbesondere die Stadt und die Eigenbetriebe gefordert, jedoch auch die Wirtschaft, um u.a. die Entwicklung im Bereich von Lieferstationen zu ermöglichen
Zielgruppen:	Die Angebote richten sich an alle Mobilität erzeugende und in Anspruch nehmende Bürger und Besucher
Erforderliche Handlungsschritte:	Zu den genannten Maßnahmen sind entsprechende Konzeptionen aufzustellen und zu bewerten
Zeitraum:	Die Behandlung dieser Themen erfolgt ab sofort.
Personalaufwand:	Es wird von einem vergleichsweise geringen Aufwand ausgegangen.
Kosten für die Stadt:	Die Kostenbewertung kann erst in einem weiteren Schritt anhand von konkreten Konzepten und des jeweiligen Angebotsstandards betrachtet werden.
Nutzen / Potenzial:	Entsprechende Maßnahmen sollen zu einer Reduzierung des Verkehrsaufkommens an sich beitragen unter Berücksichtigung sowohl eines weiterentwickelten verträglichen Mobilitätsniveaus als auch der Sicherstellung der Versorgung vor Ort.

Strategischer Stadtentwicklungsplan
- Fortschreibung 2030 -

Mögliche Hemmnisse:	Als wesentliches Hemmnis für den Erfolg entsprechender Maßnahmen wird die Akzeptanz für die Inanspruchnahme auch durch Änderung von Verhaltensweisen gesehen. Darüber hinaus sind insbesondere durch die jeweilige Siedlungsentwicklung sowie die demografische Entwicklung Einflüsse zu erwarten
Flankierende Maßnahmen:	Eine Einbindung in den Gesamtkontext der Stadtentwicklung durch entsprechende Kommunikation soll zur Unterstützung dienen.

Prinzip 2:	Baden-Baden stärkt die umwelt- und stadtverträgliche Mobilität
Thema bzw. Handlungsfeld	Ökologische Mobilität
Kurzbeschreibung:	<p>Im Rahmen der ökologischen Gestaltung der Mobilität steht an erster Stelle die Vermeidung von motorisiertem Individualverkehr (MIV).</p> <p>Zur Ermöglichung dieses Ziels ist nicht mehr nur die reine Einrichtung und Bereitstellung von öffentlichen Verkehrsangeboten ausreichend, sondern die Vernetzung aller Verkehrsarten unter ökologischen Gesichtspunkten im Verbund zu betrachten. Als wesentliche Voraussetzung für eine dementsprechend attraktive durchgängige Nutzbarkeit von multimodalen Reiseketten ist die Bereitstellung einer zentralen Buchungs- und Abrechnungsplattform erforderlich. Im regionalen Kontext ist das Projekt Regio-Move als geeigneter Ansatzpunkt zu berücksichtigen.</p> <p>Neben dem ÖPNV sind im Interesse einer Stärkung des gesamten Umweltverbundes auch Fuß- und Radwege bei Verkehrsplanung zu priorisieren.</p> <p>Hinsichtlich der zum Einsatz kommenden Antriebstechnologien insbesondere im ÖPNV ist die Beobachtung der technischen Entwicklung geboten. Dabei ist grundsätzlich auch zu berücksichtigen, dass die Nutzung des ÖPNV an sich bereits eine umweltfreundliche Mobilität schafft.</p> <p>Darüber hinaus sollen durch Attraktivierungsmaßnahmen (Infrastruktur, Angebot, Tarife) sowie ggf. auch Einschränkungen im Bereich des MIV weitere Anreize zur Nutzung des Umweltverbunds geschaffen werden.</p>
Akteure:	Als handelnde Akteure werden die Stadtverwaltung und der Eigenbetrieb Stadtwerke aktiv. Für den Bereich der regionalen multimodalen Vernetzung ist die Einbeziehung des Karlsruher Verkehrsverbundes erforderlich.
Zielgruppen:	Die Maßnahmen richten sich sowohl an die Bevölkerung als auch an Gäste und die Wirtschaft hinsichtlich der Betrachtung der Mitarbeitermobilität.
Erforderliche Handlungsschritte:	Zur ganzheitlichen Herangehensweise ist ein über alle Verkehrsträger abgestimmtes Gesamtverkehrskonzept zu erarbeiten. Als spezieller Baustein erfolgt die Aufstellung eines alle Bereiche abdeckendes Parkkonzept.
Zeitraum:	Die Bearbeitung beginnt ab sofort.
Personalaufwand:	In Abhängigkeit der einzelnen Bearbeitungsschritte bzw. Maßnahmen entsteht der Aufwand nach Bedarf.
Kosten für die Stadt:	Die Kostenbewertung kann erst in einem weiteren Schritt anhand von konkreten Konzepten und des jeweiligen Angebotsstandards betrachtet werden. Eine Intensivierung von Angeboten im Bereich des ÖPNV ist in jedem Fall mit erheblichen Kosten verbunden.

Nutzen / Potenzial:	Durch die Erreichung entsprechender Effekte soll die Steigerung der Lebensqualität und eine höhere Attraktivität des öffentlichen Raums ermöglicht werden.
Mögliche Hemmnisse:	Es besteht im Rahmen der Einrichtung von zusätzlichen Angeboten zunächst das Hemmnis der entstehenden Kosten, auf Grund dessen ggf. Maßnahmen nur teilweise oder ganz nicht umgesetzt werden können. Im Weiteren ergibt sich hinsichtlich der Akzeptanz entsprechender Angebote ein weiteres Risiko für den Erfolg. Ebenso im Bereich notwendiger Schnittstellen mit anderen Aufgabenträgern (z.B. grenzüberschreitende Mobilität), die für ein Gelingen auch innerhalb des Stadtkreises erforderlich sind.
Flankierende Maßnahmen:	Begleitend wird eine umfassende Kommunikationsarbeit als unerlässlich erachtet.

Prinzip 2:	Baden-Baden stärkt die umwelt- und stadtverträgliche Mobilität
Thema bzw. Handlungsfeld	Verkehrsmanagement, Organisation der Mobilität
Kurzbeschreibung:	<p>Eine Verbesserung der Abläufe des ÖPNV im öffentlichen Straßenraum erfordert die die Einräumung von Vorrang gegenüber dem übrigen Verkehr insbesondere durch die Bereitstellung von Busspuren und Beeinflussung der Signalanlagen. Darüber hinaus trägt eine passende Haltestelleninfrastruktur mit entsprechender baulicher Ausgestaltung sowohl zu einer fahrtechnischen als auch aus Fahrgastsicht Steigerung der Leichtigkeit bei.</p> <p>Neben der Infrastruktur ist der Einsatz einer attraktiven Fahrzeugflotte im Sinne der Bereitstellung eines anforderungsgerechten Qualitätsniveaus erforderlich. Dazu zählt die Prüfung der Nutzung von geeigneten ökologischen Antrieben.</p> <p>Wichtig für die Akzeptanz ist die Bereitstellung von leicht zugänglichen Informationsangeboten durch digitale Angebote wie Live-tracking (Fahrzeitemauskunft live via App) und auch die Beauskunftung multimodaler Wegeketten. Dabei spielt die infrastrukturseitige Vernetzung der Mobilitätsangebote eine wesentliche Rolle, um durch smarte Umsteigepunkte Brüche in den Reiseketten zu vermeiden. Unterstützt wird dies durch intelligente Bezahlungssysteme auf digitaler Basis, die eine einfache Zugänglichkeit und zentrale Plattform bieten.</p> <p>Die Einrichtung eines modernen Verkehrs- und Parkleitsystem verbunden mit einem ganzheitlichen Parkraummanagement ermöglicht eine Weiterentwicklung in der Lenkung und Organisation des ruhenden Verkehrs. Durch ein abgestimmtes Preisgefüge zwischen ÖPNV und Parkraum sowie die attraktive Verknüpfung von MIV mit ÖPNV (Kombiticket bei Bewirtschaftung von Park- und Ride Parkplätzen) kann ein weiteres Instrument zur Steuerung des Gesamtverkehrs genutzt werden.</p> <p>Speziell im Bereich der Lieferservices kann durch eine Bündelung bei der Bedienung auf der „letzten Meile“ zur Reduzierung des Verkehrsaufkommens und einer stadtverträglicheren Abwicklung dieser Andienungen beigetragen werden.</p>
Akteure:	<p>Als Handelnde sind insbesondere die Verkehrsbetriebe und die Stadtverwaltung gefordert. Im Bereich der Kundenplattformen im ÖPNV ist auch auf Grund der regionalen Vernetzung in besonderem Maße der Karlsruher Verkehrsverbund einzubeziehen. Die Einbindung der lokalen Wirtschaft ist sowohl in Verbindung mit Lösungen im Bereich des Lieferverkehrs als auch zur Unterstützung vernetzter Angebote im Bereich der Mitarbeitermobilität notwendig.</p>
Zielgruppen:	Die Maßnahmen richten sich an alle Mobilität erzeugende und in Anspruch nehmende Kreise

<p>Erforderliche Handlungsschritte:</p>	<p>Als Voraussetzung für die Bereitstellung entsprechender Services ist die Schaffung digitaler Grundlagen erforderlich. Für die Schaffung und Anpassung der Infrastruktur wird die Bereitstellung der dazu notwendigen finanziellen Mittel benötigt. Auf Grund der Vernetzung mit dem Umlauf ist für eine erfolgreiche Ausgestaltung die enge Abstimmung in der Region durchzuführen. Als Basis für die mögliche Umsetzung von konkreten Maßnahmen sind eine Grundkonzeption zu entwickeln sowie ein entsprechender Masterplan und im Speziellen die Weiterentwicklung der Verkehrsentwicklungsplanung voranzutreiben. Das Thema tangiert die grundsätzliche Mobilität der Menschen und ist dementsprechend durch eine breite Kommunikation zu begleiten.</p>
<p>Zeitraum: Personalaufwand: Kosten für die Stadt:</p>	<p>Die Bearbeitung des Themenkomplexes erfolgt ab sofort. Sowohl für die Erarbeitung der einzelnen Bausteine als auch deren Umsetzung ist von einem erheblichen Personalaufwand auszugehen. Insbesondere die bauliche und technische Einrichtung der Betrieb der notwendigen Anlagen wird erhebliche Kosten mit sich bringen.</p>
<p>Nutzen / Potenzial:</p>	<p>Es wird von einem erheblichen Potential ausgegangen, da die Schaffung von Freiräumen dem Charakter der Kur- und Tourismusstadt (vgl. Zermatt) entspricht. Des Weiteren kann eine Erhöhung der Aufenthalts- und Lebensqualität erreicht werden. Bei entsprechender Umsetzung bietet sich die Gewinnung von öffentlichen Räumen für Gestaltung und Belebung an. Durch strukturierte und gut vernetzte Verkehrsabläufe besteht darüber hinaus die Möglichkeit zur Erhöhung der Attraktivität für den gewerblichen Handel.</p>
<p>Mögliche Hemmnisse:</p>	<p>Es bestehen vielschichtige Hemmnisse, in erster Instanz die Kosten für die Umsetzung von Maßnahmen. Im Weiteren im Wesentlichen die Bereitschaft zum Umdenken in Sachen Mobilitätsverhalten sowie der sich aus veränderten Lebensgewohnheiten und auch der Digitalisierung ergebende Wandel.</p>
<p>Flankierende Maßnahmen:</p>	<p>Begleitend wird eine umfassende Kommunikationsarbeit als unerlässlich erachtet. Auf Grund der sehr starken technischen Prägung ist eine permanente Überprüfung der technischen Entwicklung unerlässlich. Im Kontext können Überlegungen zur testweisen Ausdehnung der Fußgängerzone auf weitere Innenstadtbezirke angestellt werden.</p>

Prinzip 3:	Baden-Baden positioniert sich als nationale und internationale Tourismus-, Kongress-, Gesundheits- und Kulturstadt
Thema bzw. Handlungsfeld	Sportstadt Baden-Baden – Sport und Internationalität / Überregionalität
Kurzbeschreibung:	Baden-Baden ist international vernetzt, es finden vielerlei Veranstaltungen auf internationalem, nationalen und überregionalen Niveau statt; im Bereich des Sports ist dies jedoch nur eingeschränkt der Fall; es erscheint möglich, Sportveranstaltungen internationalen/nationalen Ranges nach Baden-Baden zu holen, wobei zwischen Veranstaltungen aktiven Sports und organisatorischen/fachlichen Veranstaltungen von Funktionsträgern/Sportverbänden unterschieden werden muss
Akteure:	Stadt (BBE); Sportverbände auf nationaler und internationaler Ebene; im Einzelfall zu beteiligende Fachdienststellen
Zielgruppen:	Internationale und nationale Sportverbände, Badener Bevölkerung, ggfs. nationales und internationales Publikum
Erforderliche Handlungsschritte:	Akquise von Veranstaltungen, bspw. durch BBE und Herstellen der erforderlichen Kontakte; Definition des für Baden-Baden verträglichen Rahmens solcher Großveranstaltungen, insbesondere sofern es sich um aktiv-sportliche Veranstaltungen handelt
Zeitraum:	Bis auf Weiteres, ggfs. Entwicklung eines „Sportkalenders“, in den sich bestehende Veranstaltungen (z.B. Sportler des Jahres) zusammen mit einzurichtenden Veranstaltungen fügen
Personalaufwand:	Soweit ersichtlich, kein eigenständiger höherer Personalaufwand, vielmehr werden die bestehenden Strukturen im Bereich der Veranstaltungsplanung und -vermarktung stadtimagerträglich um die Thematik konzeptionell erweitert
Kosten für die Stadt:	eigenständige strukturelle Kosten nicht ersichtlich; Kosten für Einzelveranstaltungen, sofern diese von städtischer Seite unterstützt werden
Nutzen / Potenzial:	Werbewert, sportliche Abrundung des nationalen und internationalen Veranstaltungsortes Baden-Baden
Mögliche Hemmnisse:	Veranstaltungen müssen zu Baden-Baden passen; sportliche Großveranstaltungen, wie z.B. Marathonläufe mit nationalem Zuschnitt, erscheinen nicht durchführbar, insb. aufgrund der Platzverhältnisse
Flankierende Maßnahmen:	Einbettung der Thematik „Sport“ in das städtische Imagekonzept

Prinzip 3:	Baden-Baden positioniert sich als nationale und internationale Tourismus-, Kongress-, Gesundheits- und Kulturstadt
Thema bzw. Handlungsfeld	Stärkung der Kulturstadt Baden-Baden
Kurzbeschreibung:	<p>Bis vor einigen Jahren war Baden-Baden in erster Linie als Bäderstadt bekannt, spätestens seit Festspielhaus und Museum Frieder Burda ist Baden-Baden auch Kulturstadt. Diese Entwicklung wollen wir weiter fördern und auch die Positionierung der städtischen Kulturinstitutionen stärken.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verbesserung des Marketings insbesondere online: Kulturelle Angebote müssen auf der Homepage übersichtlich und benutzerfreundlich dargestellt werden. Werbeflächen Stadtbahn nutzen Stetige Erschließung weiterer Kundenkreise (Jüngere Zielgruppe (30 – 50 Jahre), Gäste aus der Region) Attraktiver und zentral gelegener Ort für den Ticketservice • Anreize schaffen Kombiticket Eintritt/preisreduziertes ÖPNV- oder PGG-Ticket Wechselnde Angebote/Uhrzeiten um möglichst viele Zielgruppen zu erreichen Familienfreundliche Uhrzeiten 1-2 Stunden früher beginnen damit auch nach der VA eine Belebung der Innenstadt möglich ist (zu ausgewählten Terminen) öffentlicher Probebesuch Illumination temporär/Lichtshow in den Abendstunden • Interessante Locations für den Kulturbetrieb erschließen Viele Veranstalter suchen nach attraktiven Räumen, ungewöhnlichen Locations, Ausstellungsflächen. In Frage kommen könnten: Altes E-Werk, Theater im Baldreit-Garten, Alte Turnhalle JuBe, EurAka - Akademie Bühne, Freilichtbühne Rebland Theater: Modernisierung Restaurant und Foyerbereich, attraktive Hofgestaltung
Akteure:	Alle Kulturträger der Stadt Pressestelle BBT Gebäudemanagement KVV / PGG

Zielgruppen:	Jüngeres Publikum, Familien Gäste aus der Region (50-100 km) Menschen, die bisher noch nicht regelmäßig Kulturveranstaltungen besuchen
Erforderliche Handlungsschritte:	Marketing-Konzept entwerfen und Struktur der Homepage anpassen, Tool „Veranstaltungskalender“ ausbauen Formate entwickeln, die einen niedrighschwelligen Zugang zu Kulturangeboten bieten Vorhandenes auf den Prüfstand nehmen, ob Anpassungen/Nachjustierungen sinnvoll Locations auf Beispielbarkeit prüfen: Bauliche, sicherheitstechnische und ordnungspolitische Aspekte
Zeitraum: Personalaufwand: Kosten für die Stadt:	
Nutzen / Potenzial:	Gewinnung neuer Besuchergruppen Erhalt und Steigerung der Attraktivität der Kulturinstitutionen Weitere attraktive Veranstaltungsorte für ein Kulturangebot Zusätzliche Plattformen für Kulturträger, auch für Vereine
Mögliche Hemmnisse:	Personelle und finanzielle Ressourcen der Kulturinstitutionen lassen wenig Raum für zusätzliche Formate wenn gleichzeitig der Status quo erhalten bleiben soll
Flankierende Maßnahmen:	Alle Maßnahmen aus Themenbereich „Attraktive Innenstadt“

Prinzip 3:	Baden-Baden positioniert sich als nationale und internationale Tourismus-, Kongress-, Gesundheits- und Kulturstadt
Thema bzw. Handlungsfeld	Tourismus-Strategie
Kurzbeschreibung:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Synergieeffekt durch Erlass eines Zweckentfremdungsverbots für Wohnraum (Airbnb) 2. Verabschiedung eines Hotelentwicklungskonzepts (um dem Bau von Low Budget Hotels entgegen zu steuern) 3. Qualitätstourismus 4. Stärkung des Tourismus im Rebland 5. Jüngeres Zielpublikum ansprechen
Akteure:	<p>Zu 1.+2. Gemeinderat / politische Ebene Zu 3. Alle touristischen und politischen Akteure der Stadt Zu 4. Förderverein Rebland & BBT Zu 5. BBT</p>
Zielgruppen:	Bildungsstarke und einkommensstarke Gäste sind das generelle touristische Zielpublikum von Baden-Baden. Alle strategischen Punkte von 1-5 richten sich an diesem Zielpublikum aus.
Erforderliche Handlungsschritte:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Um dem nachgewiesenen Wohnraumangel zu begegnen, ist die Zweckentfremdung von Wohnraum zu anderen Nutzungen zu unterbinden. Als Synergieeffekt für den touristischen Bereich kann dieses Instrument im Hinblick auf die stetig steigende Anzahl an Ferienwohnungen im Stadtgebiet steuernde Wirkung entfalten. 2. Um eine weitere Hotelentwicklung zu steuern ist ein gesamtstädtisches Hotelentwicklungskonzept mit einer geeigneten Agentur zu erstellen und auf politischer Ebene zu verabschieden. 3. Die Erhaltung eines Qualitätstourismus ist für Baden-Baden oberste Priorität und hieran müssen sich die Angebote und Veranstaltungen gesamtstädtisch orientieren und auch strategisch ausgerichtet werden. Ein gesundes Verhältnis von Tagestouristen ist für verschiedene Interessensgruppen (z. B. Einzelhandel) zu beachten. 4. Konzepte für Einkahrmöglichkeiten, Weinverkauf etc. sind für eine touristische Vermarktung wichtig und müssen weiterentwickelt werden. Das Rebland muss touristisch noch attraktiver werden und breitere Zielgruppen ansprechen. 5. Die neue Kommunikationsstrategie der BBT muß für diese Zielgruppe weiter ausgebaut werden und mit der Onlinevermarktung verstärkt werden.
Zeitraum:	Ab Sofort
Personalaufwand:	
Kosten für die Stadt:	

Strategischer Stadtentwicklungsplan
- Fortschreibung 2030 -

Nutzen / Potenzial:	<ul style="list-style-type: none">- Gewinnung neuer Nachwuchs- Zielgruppen um eine neue, nachfolgende Generation aufzubauen- Erhaltung und Ausbau der sehr hohen touristischen Wertschöpfung
Mögliche Hemmnisse:	<ul style="list-style-type: none">- Abstimmungsbedarf mit Strategien zu anderen Themen wie Sportstadt u. Veranstaltungen in der Innenstadt (zu 3.)
Flankierende Maßnahmen:	<ul style="list-style-type: none">- Abstimmung mit allen touristischen Akteuren

Prinzip 3:	Baden-Baden positioniert sich als nationale und internationale Tourismus-, Kongress-, Gesundheits- und Kulturstadt
Thema bzw. Handlungsfeld	Tourismus-Vermarktung
Kurzbeschreibung:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ausbau der Online-Vermarktung 2. Digitalisierung der touristischen Angebotsvielfalt in Baden-Baden und in der Region
Akteure:	Zu 1. und 2. BBT mit allen touristischen Akteuren
Zielgruppen:	<ul style="list-style-type: none"> - Zur Ansprache von jüngeren Zielgruppen für die nachfolgende Generation - Auch bestehende Zielgruppen orientieren sich online bei der Auswahl ihrer touristischen Ziele
Erforderliche Handlungsschritte:	<ul style="list-style-type: none"> - Launch einer neuen Website mit hohem touristischen Wert, Mehrwerte für Nutzer bieten, Kaufanreize schaffen - Angebote vermehrt online darstellen und buchbar machen - Entwicklung einer Touristinfo 2.0 - Flyer, Wanderwege etc. online zum Download bereitstellen - Social Media Strategie ausbauen
Zeitraum:	Ab sofort
Personalaufwand:	
Kosten für die Stadt:	
Nutzen / Potenzial:	<ul style="list-style-type: none"> - Touristische Wahrnehmung in der Vermarktung verbessern aufgrund der Vielfalt an Angeboten von Wettbewerbern auf dem Markt
Mögliche Hemmnisse:	<ul style="list-style-type: none"> - Kosten müssen von der BBT getragen werden können
Flankierende Maßnahmen:	<ul style="list-style-type: none"> - Online Aktivitäten von großen touristischen Leuchttürmen in der Stadt (Hotellerie, FSH, Casino etc.)

Prinzip 4:	Baden-Baden baut den Wirtschaftsstandort aus
Thema bzw. Handlungsfeld	Einzelhandel und Gastronomie / Hotellerie
Kurzbeschreibung:	<ul style="list-style-type: none"> - Flexibilität bei der Sondernutzungsgebühr während großer Baustellen - Sondernutzungen im Einzelhandel zulassen - Kostenfreies Parken für Elektrofahrzeuge - Parkgebühr-Rückvergütungssysteme mit Einzelhandel prüfen - Einrichtung Lenkungsreis Einzelhandel - Frequenzbringer Innenstadt
Akteure:	<ul style="list-style-type: none"> - Einzelhandel - Gastronomie / Hotellerie - Stadtverwaltung
Zielgruppen:	<ul style="list-style-type: none"> - Bürgerschaft - Gäste
Erforderliche Handlungsschritte:	<ul style="list-style-type: none"> - Konzept Kooperation BBT - Beschluss Gemeinderat
Zeitraum:	Ab Sofort
Personalaufwand:	
Kosten für die Stadt:	
Nutzen / Potenzial:	<ul style="list-style-type: none"> - Weiterentwicklung und Sicherung als überregionale und internationale Einkaufsstadt - Sicherung eines hochwertigen Einzelhandelsangebots - Aufrechterhaltung und Steigerung der Kunden- und Gästefrequenz in der Innenstadt - Sicherung der Nahversorgung
Mögliche Hemmnisse:	<ul style="list-style-type: none"> - Akzeptanz - Finanzierung
Flankierende Maßnahmen:	Zusammenführung bestehender Konzepte

Prinzip 4:	Baden-Baden baut den Wirtschaftsstandort aus
Thema bzw. Handlungsfeld	Events / Veranstaltungen Innenstadt
Kurzbeschreibung:	<ul style="list-style-type: none"> - Events für jüngeres Publikum - Afterwork-Events - Straßentheater - Kleinkünstler - Jazz-Tage Baden-Baden - Weinwoche - Marktgeschehen mit Partnerstädte - Genussmessen - temporäre Kunst in der Innenstadt - Öffentlichen Probebesuch etablieren (Theater, Philharmonie) - Wiederbelebung des Festivals „Woche ohne Worte“ (WOW)
Akteure:	Alle Kulturträger
Zielgruppen:	<ul style="list-style-type: none"> - Bürgerschaft - Gäste
Erforderliche Handlungsschritte:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gesamtkonzeption (Gewichtung, Koordinierung und Abstimmung aller Veranstaltungen) 2. Einzelkonzepte
Zeitraum:	Ab Sofort
Personalaufwand:	
Kosten für die Stadt:	
Nutzen / Potenzial:	<ul style="list-style-type: none"> - Attraktive Innenstadt
Mögliche Hemmnisse:	<ul style="list-style-type: none"> - Finanzen - Personalausstattung
Flankierende Maßnahmen:	<ul style="list-style-type: none"> - Abstimmung mit allen Kulturträgern (BBT, BKV, FSH) - Bereitschaft der Mitwirkung - Gemeinsame Vermarktung

Prinzip 5:	Baden-Baden stärkt die städtebauliche Qualität
Thema bzw. Handlungsfeld	Belebung Marktplatz und Nutzung Altes Dampfbad
Kurzbeschreibung:	<p>Das Areal um den Marktplatz ist wenig beachtet, obwohl stadt- und kunsthistorisch wertvoll. Der Sitz der Urquelle sollte sehr viel besser sichtbar sein und als „Grundstein“ der Entwicklung der Kur- und Bäderstadt ebenso in den Fokus gerückt werden wie die römische Geschichte der Stadt.</p> <p>Wünschenswert dabei ist ein möglichst barrierearmer Zugang zum Marktplatz.</p> <p>Ergänzende Maßnahmen zur Belebung dieses Areals könnten sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Illumination in den Abendstunden • Open-Stage / Open-Air-Kino • Weitere Gastronomie / "hippe location" für Jugendliche • Etablierung der Freilichtaufführungen Theater • Römische Geschichte sichtbar machen
Akteure:	<p>FG Planen und Bauen Denkmalschutz Carasana / BKV Theater Stadtwerke (Illumination) BBT (stärkere Einbindung in Stadtführungen)</p>
Zielgruppen:	Bürger und Gäste Kulturträger
Erforderliche Handlungsschritte:	<ul style="list-style-type: none"> • Gut sichtbare Beschilderung anbringen • Aktualisieren der Pläne für Brunnen Urquelle vor dem Gebäude • Prüfung bauliche Lösung Fahrstuhl/Rolltreppe o.ä. • Konzept für Open-Stage / open-air Kino • Planung Illumination des Alten Dampfades • Bessere Sichtbarkeit der Grundrisslinien der röm. Badruinen / Sichtfenster nach unten
Zeitraum:	
Personalaufwand:	
Kosten für die Stadt:	
Nutzen / Potenzial:	<p>Historisch bedeutsamer Platz wird stärker wahrgenommen, Attraktivitätssteigerung der Altstadt, hohe Aufenthaltsqualität für Bürger und Gäste, Belebung in Maßen ohne touristisch überlaufen zu sein. Römische Geschichte wird stärker in den Fokus gerückt.</p>

Strategischer Stadtentwicklungsplan
- Fortschreibung 2030 -

Mögliche Hemmnisse:	Immense Kosten und Aufwand sowie bau- und denkmalrechtliche Aspekte eines barriere-armen Zugangs zum Marktplatz Komplizierte Genehmigungsverfahren Ruhebedürfnis der Anwohner und Hotelgäste
Flankierende Maßnahmen:	Prüfung, ob Verbindung Florentinerberg zur Schlossterrasse möglich ist

Prinzip 5:	Baden-Baden stärkt die städtebauliche Qualität
Thema bzw. Handlungsfeld	Stadtbild Innenstadt
Kurzbeschreibung:	<ul style="list-style-type: none"> - Erhaltung hochwertiges Stadtbild - Saubere Innenstadt (Architektur, Grünanlagen, städtische Räume) - Erhöhung der Aufenthaltsqualität auf öffentlichen Plätzen (Augusta-, Markt- und Hindenburgplatz) - Fortsetzung / Umsetzung Beleuchtungskonzept - Aufwertung der Stadteingänge (Festspielhaus bis Hindenburgplatz und Russische Kirche bis Augustaplatz)
Akteure:	Stadtverwaltung
Zielgruppen:	<ul style="list-style-type: none"> - Bürgerschaft - Gäste
Erforderliche Handlungsschritte:	Stadtgestalterisches Entwicklungskonzept Innenstadt
Zeitraum:	Ab Sofort
Personalaufwand:	
Kosten für die Stadt:	
Nutzen / Potenzial:	<ul style="list-style-type: none"> - Attraktivierung Innenstadt - Leitbild für öffentliche und private Nutzungen
Mögliche Hemmnisse:	Akzeptanz
Flankierende Maßnahmen:	Zusammenführung bestehender Konzepte

Prinzip 6:	Baden-Baden entwickelt den Bildungsstandort
Thema bzw. Handlungsfeld	Umsetzung inklusiver Bildung an Schulen und Erhalt dezentraler Schulstrukturen
Kurzbeschreibung:	<ul style="list-style-type: none"> - Es soll ein inklusiver Beschulungsangebot für Schülerinnen und Schüler mit Behinderung geben. Die Stadt soll dieses in erforderlichen und notwendigen Umfang auch finanziell fördern. - Erhalt des Sonderpädagogischen Beratungs- und Bildungszentrums (SBBZ) an der THS Baden-Baden - Barrierefreier Zugang zu allen Schulen - Hierzu soll auch die Aufrechterhaltung der dezentralen (Grund-)Schulstruktur beitragen; Leitsatz: kurze Beine, kurze Wege für alle Kinder
Akteure:	Familien, Verwaltungen, Schulen, Regierungspräsidien, Bauherren
Zielgruppen:	Kinder und Jugendliche mit Behinderung und ihre Angehörigen, Kinder im Grundschulalter
Erforderliche Handlungsschritte:	<ul style="list-style-type: none"> - Weiterentwicklung der Schulentwicklungsplanung, - Aufnahme der Gespräche mit Schulverwaltung, - Beratungsangebot in den Kitas
Zeitraum:	Ab sofort,
Personalaufwand:	Unterstützung inklusiver Bildung durch das Leistungsrecht der Eingliederungshilfe, z. B. durch Schulassistenz, Einsatz von BFD oder FSJ über FG SuS
Kosten für die Stadt:	Einzelfallhilfe
Nutzen / Potenzial:	<ul style="list-style-type: none"> - Umsetzung der Ziele des Teilhabepplans der Stadt BAD, - mehr Teilhabemöglichkeiten für Kinder und Jugendliche mit Behinderung, - mehr inklusives Aufwachsen mit dezentraler Schulstruktur
Mögliche Hemmnisse:	Haltung der beteiligten Eltern, pädagogische Fachkräfte, Beratungslehrer, Schulverwaltung, Stadtverwaltung
Flankierende Maßnahmen:	<ul style="list-style-type: none"> - Kommunikation über Runde Tische (z. B. für Menschen mit Behinderung), - Beratungsangebote für Eltern und Kinder, - Darstellung positiver Beispiele

Prinzip 6:	Baden-Baden entwickelt den Bildungsstandort
Thema bzw. Handlungsfeld	Ausbau der schulischen Zusammenarbeit mit außerschulischen Partnern
Kurzbeschreibung:	<ul style="list-style-type: none"> - Die Zusammenarbeit der Regelschulen mit der Musikschule, den Sport- und Kulturvereinen soll ausgebaut werden - Außerunterrichtliche Förderung an den Schulen: ganztags, Schülerhorte mit Fachpersonal oder Ehrenamtlichen, flexible Angebote, soziales Miteinander - Ausbau der Kooperation mit der Sportschule Steinbach (insbesondere bei der Multiplikatoren-schulung, Schüler-Mentoren-Programm im Auge behalten)
Akteure:	Verwaltung, Pädagogen, Vereine, bürgerschaftlich Engagierte
Zielgruppen:	Schulen, Vereinsaktive, Schüler und Schülerinnen
Erforderliche Handlungsschritte:	<ul style="list-style-type: none"> - Aufnahme des Themas in Netzwerke und Runde Tische, - systematisches Zusammenbringen der Akteure, - Formulierung von Zielen der Zusammenarbeit
Zeitraum:	Ab Sofort
Personalaufwand:	Teilnahme der verantwortlichen MA an Treffen der Akteure, Begleitung der Umsetzungsschritte
Kosten für die Stadt:	Personalkosten
Nutzen / Potenzial:	<ul style="list-style-type: none"> - Nutzung der in Vereinen vorhandenen Kompetenzen, Förderung von Schülern durch Ehrenamt - Neue Kompetenzen kommen an die Schulen, Vereine stärken ihren Bestand, gewinnen ggf. neue Mitglieder
Mögliche Hemmnisse:	<ul style="list-style-type: none"> - Schulzeiten und Vereinszeiten passen nicht zusammen, - zu wenig Personalressourcen in der Vereinen, - hoher Personalaufwand für die Verwaltung bei der Koordination
Flankierende Maßnahmen:	

Prinzip 6:	Baden-Baden entwickelt den Bildungsstandort
Thema bzw. Handlungsfeld	Transparente Zusammenarbeit der Schulen mit Verwaltung fördern
Kurzbeschreibung:	Die Kooperation der Schulen mit der Verwaltung soll gefördert und ausgebaut werden. Schulen haben vielfältige Bedarfe und entwickeln sich ständig weiter. Dies gilt für die pädagogische Arbeit, aber auch für Betreuungs-, Lehr- und Lernangebote. Zur Umsetzung werden oft neue oder andere Räume benötigt, Sachausstattungen oder Personal. Hier gilt es frühzeitig alle Akteure einzubinden. Stichworte sind <ul style="list-style-type: none"> - Zukunfts- und bedarfsorientierte Ausstattung der Schulen (in den bestehenden Angeboten) - Gesamtkonzept der digitalen Schulen (Netzwerkbetreuung) - Schulbudget für die eigene Verwaltung
Akteure:	Schulleitung, Eltern, Schüler, Verwaltung mit allen beteiligten Fachgebieten
Zielgruppen:	Schulen, Verwaltung, Schülerinnen und Schüler, Vereine, Eltern
Erforderliche Handlungsschritte:	<ul style="list-style-type: none"> - Entwicklung und Beschreibung eines idealtypischen Prozesses bei Erkennen eines Handlungsbedarfs bis zur Umsetzung; - Programmierung eines Workflow - Sensibilisierung aller Akteure für gemeinsames Handeln bzw. Abstimmen
Zeitraum:	Ab sofort
Personalaufwand:	Kapazitäten bei FG Schule und Sport
Kosten für die Stadt:	Entsprechend Personalaufwand, ggf. Kosten für digitale Unterstützung der Prozessorganisation und –begleitung
Nutzen / Potenzial:	<ul style="list-style-type: none"> - „Planungsschleifen“ können reduziert werden - Planung und Umsetzung sind transparent und eher akzeptiert
Mögliche Hemmnisse:	<ul style="list-style-type: none"> - Etablierung des Prozesses arbeitsintensiv, - Bereitschaft aller Beteiligten ist einzufordern, über die eigene Zuständigkeit hinaus zu denken
Flankierende Maßnahmen:	<ul style="list-style-type: none"> - Fortschreibung Schulentwicklung, - Verständigung auf gemeinsame Ausrichtung und Schwerpunkte des Bildungsangebots in Baden-Baden

Prinzip 7:	Baden-Baden stärkt den sozialen Zusammenhalt und entwickelt ihr familienfreundliches Profil sowie die kulturelle Vielfalt weiter
Thema bzw. Handlungsfeld	Unterstützung und Weiterentwicklung des bürgerschaftlichen Engagements zur leichteren Alltagsbewältigung
Kurzbeschreibung:	<ul style="list-style-type: none"> - Aufbauend auf bestehenden Angeboten (z.B. Tauschring Mittelbaden) sollen Ideen entwickelt werden, wie nachbarschaftliche Netzwerke gestärkt werden können - Notwendig sind Digitalisierung Coaches: Für (ältere) Mitmenschen, die nicht mit der Digitalisierung betraut sind, braucht es ein Angebot. Netzwerk von ehrenamtlichen Coaches, die als Unterstützung zur Verfügung stehen für das Einrichten des PCs, die Arbeit mit dem PC etc. (ohne gleich eine Firma kontaktieren zu müssen) - Es braucht Offenheit gegenüber Anregungen von Bürgern (z.B. Bücherstube). Die Stadtverwaltung unterstützt aktiv Ideen, Anregungen von Mitbürgern
Akteure:	<ul style="list-style-type: none"> - Verwaltung - bürgerschaftlich engagierte Personen - Vereine
Zielgruppen:	Personen, die (zunehmend) Schwierigkeiten haben, ihren Alltag selbständig zu organisieren und zu bewältigen
Erforderliche Handlungsschritte:	<ul style="list-style-type: none"> - Bestandsaufnahme zu den Angeboten, auf die jeweiligen Quartiere bezogen, - Unterstützung durch die Verwaltung beim Aufbau entsprechender Netzwerke zur nachbarschaftlichen Unterstützung
Zeitraum:	Ab sofort, laufend
Personalaufwand:	Koordinationsstelle Ehrenamt
Kosten für die Stadt:	Personalkosten
Nutzen / Potenzial:	<ul style="list-style-type: none"> - Längerer Verbleib in der Häuslichkeit von Menschen mit Unterstützungsbedarf, - Stärkung ambulanter Strukturen
Mögliche Hemmnisse:	<ul style="list-style-type: none"> - Zu wenig ehrenamtlich Tätige, - Personen mit Unterstützungsbedarf nehmen Hilfe nicht an
Flankierende Maßnahmen:	<ul style="list-style-type: none"> - Öffentlichkeitsarbeit, - Schulungs- und Gesprächsmöglichkeiten für ehrenamtlich Tätige, - Wertschätzung ausdrücken

Prinzip 7:	Baden-Baden stärkt den sozialen Zusammenhalt und entwickelt ihr familienfreundliches Profil sowie die kulturelle Vielfalt weiter
Thema bzw. Handlungsfeld	Familiientag für öffentliche Einrichtungen
Kurzbeschreibung:	Familiientag als Maßnahme der Öffentlichkeitsarbeit: Baden-Baden als kinder- und familienfreundliche Stadt. Beim Familiientag sollen an besonderen Tagen in öffentlichen Einrichtungen die Leistungen für Familien kostenlos angeboten werden (z.B. Schwimmbäder, Museen, KVV) Tag, der Familien verbindet (man trifft sich in der Stadt)
Akteure:	<ul style="list-style-type: none"> - beteiligte Einrichtungen - Familien
Zielgruppen:	Familien mit Kindern (auch aus der Region?)
Erforderliche Handlungsschritte:	<ul style="list-style-type: none"> - Erstellung eines Konzepts: was soll mit wem für wen erreicht werden - Kontaktaufnahme mit möglichen Anbietern, - Öffentlichkeitsarbeit
Zeitraum:	Konzept und Umsetzung 2019
Personalaufwand:	ca. 200 Arbeitsstunden (Konzept 30 Stunden, Besprechungen 30 Stunden, Umsetzungsbegleitung 140 Stunden)
Kosten für die Stadt:	keine Kompensation von Einnahmeausfällen, Werbemaßnahmen, Personal für Koordination
Nutzen / Potenzial:	<ul style="list-style-type: none"> - nicht so stark frequentierte Einrichtungen erhalten Aufmerksamkeit, - öffentlichkeitswirksame Werbemaßnahme
Mögliche Hemmnisse:	<ul style="list-style-type: none"> - finanzieller Aufwand für Stadt und Anbieter ist sehr schwer zu kalkulieren, - Anbieter müssen ihre Einnahmeausfälle kompensieren
Flankierende Maßnahmen:	<ul style="list-style-type: none"> - Runde Tische - Werbekampagne - Pressegespräche

Prinzip 8:	Baden-Baden fördert eine lebendige Bürgerschaft und unterstützt die Bildung von Netzwerken
Thema bzw. Handlungsfeld	Bewegung im öffentlichen Raum ermöglichen und fördern, auch durch Barrierefreiheit
Kurzbeschreibung:	<ul style="list-style-type: none"> - Spiel- und Bewegungsflächen im öffentlichen Raum freihalten - Bewegungsangebote von jung bis alt sollen entwickelt und etabliert werden (Stichworte sind Indoor- und Mehrgenerationenspielplatz) - Die Zusammenarbeit von Vereinen und Schulen, Kitas und Seniorenreinrichtungen im Zusammenhang von Begegnung und Sport soll verbessert werden
Akteure:	<ul style="list-style-type: none"> - Verwaltung - insbesondere Stadtplanung - Investoren, - Träger von Kitas, Schulen und Senioreneinrichtungen, - Vereine, - Bauherren
Zielgruppen:	gesamte Bürgerschaft
Erforderliche Handlungsschritte:	<ul style="list-style-type: none"> - Aktionsplan „Bewegung im öffentlichen Raum“ erarbeiten und verabschieden - Auflistung von Freiflächen, die für Bewegungsangebote in Frage kommen, - Fuß- und Radwegeverbindungen verbessern
Zeitraum:	Ab sofort, laufend, keine zeitliche Befristung
Personalaufwand:	Koordination der Aktivitäten durch Ansprechpartner der Verwaltung
Kosten für die Stadt:	Personalkosten und Umsetzungskosten der Maßnahmen
Nutzen / Potenzial:	<ul style="list-style-type: none"> - Großer Beitrag zur Gesundheitsförderung, - Förderung der Beweglichkeit und Vermeidung von Isolation, - Beitrag zur Bildung von Gemeinschaft und gegenseitiger Unterstützung
Mögliche Hemmnisse:	<ul style="list-style-type: none"> - Interesse der Eigentümer, Grundstücksflächen für Bebauung zur nutzen - Hemmschwelle der Einwohner, sich im öffentlichen Raum sportlich zu betätigen
Flankierende Maßnahmen:	

Prinzip 8:	Baden-Baden fördert eine lebendige Bürgerschaft und unterstützt die Bildung von Netzwerken
Thema bzw. Handlungsfeld	Sportstadt Baden-Baden – Sportinfrastruktur
Kurzbeschreibung:	<p>Baden-Baden hat eine einzigartige landschaftliche Lage und Gestaltung: große Parkanlagen befinden sich in unmittelbarer Nähe der viel besuchten Innenstadt, der Übergang in den umliegenden Schwarzwald erfolgt in der Regel ohne typische urbane Übergangsbereiche wie z.B. Gewerbe- oder Neubaugebiete. Baden-Baden als Stadt im Grünen bietet deshalb ausgezeichnete Möglichkeiten, sportliche Aktivitäten für jedermann innenstadtnah zur Verfügung zu stellen und die Verbindung zum Außenbereich bruchlos herzustellen. Es lassen sich infrastrukturelle Kleinmaßnahmen, die in die Breite zielen, von möglichen Groß- bzw. Leuchtturmprojekten unterscheiden und realisieren:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Einzelmaßnahmen: Sportgeräte an geeigneten Plätzen; Einrichtung/Ausbau von Laufstrecken/-pfaden; Wiederbelebung/Neuinterpretation der „Trimm-Dich-Idee“ - Großprojekte: Merkur als „Sportberg“, z.B. Sommer- oder Winterrodelbahn, Hochseilgarten o.Ä.; Parcours-Park;
Akteure:	Stadt, insbesondere die Fachgebiete Stadtplanung, Tiefbau und Park und Garten; ggfs. Vereine und private Sponsoren; bei großen Infrastrukturprojekten in erster Linie Private, bei Umsetzung einer Großplanung auch städtische Fachstellen wie insb. die Fachgebiete Stadtplanung, Umwelt und Arbeitsschutz sowie Forst beteiligt
Zielgruppen:	Städtische Bevölkerung; bei Groß-/Leuchtturmprojekten regionales und überregionales Publikum (z.B. Hochseilgarten, Rafting u.Ä.)
Erforderliche Handlungsschritte:	Diskussion und Abfrage bei Bürger/-innen und Vereinen, welche sportliche Infrastruktur im Kleinen wünschenswert ist und absehbar angenommen wird; Bestandsaufnahme; Diskussion, ob Groß-/Leuchtturmprojekte sinnvoll (z.B. Anziehung überörtlichen Publikums) und gewünscht, insbesondere Beantwortung der Frage, was zum Profil Baden-Badens passt
Zeitraum:	Kleine Infrastrukturmaßnahmen können zukünftig bei der Planung konkreter Projekte, z.B. bei der Gestaltung von Parks und öffentlichen Flächen berücksichtigt werden; Erweiterung passender Projekte um die Facette „Sport“; größere Projekte sind in Einzelplanungen anzugehen und können sich auch über einen langen Zeitraum erstrecken
Personalaufwand:	Berücksichtigung und Planung durch städtische Dienststellen, ggfs. Auch Umsetzung; bei kleineren Maßnahmen

Strategischer Stadtentwicklungsplan - Fortschreibung 2030 -

Kosten für die Stadt:	überschaubarer Ressourcenbedarf, bei größeren Maßnahmen Verwirklichung durch Externe/Projektträger
Nutzen / Potenzial:	Breiteres Angebot für Bevölkerung und Touristen; gesteigerter Freizeitwert für Jung und Alt
Mögliche Hemmnisse:	Bevölkerung nimmt Angebot nicht an; größere Projekte finden keine Investoren oder scheitern insbesondere an naturschutzrechtlichen Restriktionen
Flankierende Maßnahmen:	Hinweis auf die bestehenden und geschaffenen Möglichkeiten auf Internetplattform

Prinzip 8:	Baden-Baden fördert eine lebendige Bürgerschaft und unterstützt die Bildung von Netzwerken
Thema bzw. Handlungsfeld	Sportstadt Baden-Baden – Zusammenarbeit Stadt / Vereine und lokale sportliche Veranstaltungen
Kurzbeschreibung:	Eine stärkere Kooperation zwischen Stadt und Vereinen soll es ermöglichen, mehr sportliche Veranstaltungen in der Öffentlichkeit und unter Beteiligung interessierter Bürgerinnen und Bürger stattfinden zu lassen. Die Vereine sollen von Öffentlichkeit und Unterstützung durch die Stadt profitieren. So soll das Vereinsleben und -wirken gefördert werden sowie eine Vergrößerung des Veranstaltungsgebots und eine Belebung des städtischen Lebens erreicht werden.
Akteure:	Vereine – Ehrenamtsbeauftragter Stadt – interessierte Bevölkerung – zu beteiligende Dienststellen bei Veranstaltungen
Zielgruppen:	Sportvereine; alle ortsansässigen Bevölkerungsgruppen von jung bis alt;
Erforderliche Handlungsschritte:	Kontakt mit Vereinen knüpfen und etablieren; Ehrenamtsbeauftragter als Ansprechpartner; ausloten, was für die Vereine in struktureller Hinsicht dienliche Unterstützung wäre; feststellen, welche Einzelveranstaltungen Vereine verwirklichen wollen und können sowie programmatische Strukturierung der angebotenen Veranstaltungen
Zeitraum:	bis auf Weiteres; Einzelveranstaltungen sind mit den Vereinen jeweils auf den konkreten Anlass bezogen vorzubereiten und zu erarbeiten;
Personalaufwand:	Ehrenamtsbeauftragter zur strukturellen Verbesserung der Beziehungen zu den Vereinen; bei Einzelveranstaltungen Einbeziehung der erforderlichen Dienststellen;
Kosten für die Stadt:	Kosten Ehrenamtsbeauftragter; Kosten im Einzelfall, soweit Veranstaltungen gefördert werden
Nutzen / Potenzial:	Vereine werden ins öffentliche Leben der Stadt eingebunden; die Vereine können sich darstellen; Belebung der Stadt und Verbreiterung des Angebots
Mögliche Hemmnisse:	Vereine müssen zur Mitarbeit bereit sein; Vereine müssen überzeugt werden, dass sie nicht instrumentalisiert werden; möglicherweise problematische Abstimmung von Veranstaltungen
Flankierende Maßnahmen:	Schnittmengen mit Vereinsförderung und Veranstaltungsplanung/-gestaltung: die dortigen Anstrengungen laufen beim Thema Sport zusammen und können dort in Bezug auf viele Vereine gebündelt werden

Prinzip 10 (neu):	Baden-Baden fördert die Digitalisierung
Thema bzw. Handlungsfeld	Digitale Infrastruktur
Kurzbeschreibung:	<p>Glasfasernetz</p> <p>Die Infrastruktur ist die Basis für die Digitalisierung in Baden-Baden. Alle drei Jahre verdoppelt sich das zu übertragende Datenvolumen im Internet. Eine Studie des WIK (Wissenschaftliches Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste) zeigt, dass in 2015 ca. 75% der deutschen Haushalte einen Bandbreitenbedarf von mehr als 500 MBit/s haben werden. Die einzige Technologie die dies zu leisten vermag, ist die Glasfaser. Aus diesem Grund braucht Baden-Baden ein flächendeckendes Glasfasernetz, damit die Anforderungen auch in der Zukunft erfüllt werden können. Die Stadtwerke Baden-Baden werden im Auftrag des Gemeinderats eine Strategie für den Aufbau eines Glasfasernetzes erarbeiten. Baden-Baden soll bis 2030 weitestgehend flächendeckend über eine eigene Glasfaserinfrastruktur verfügen, die wirtschaftlich vermarktet wird.</p> <p>Mobilfunk</p> <p>Parallel zu der kabelgebundenen Infrastruktur entwickelt sich auch der Mobilfunk immer weiter und verspricht höhere Bandbreiten. Die Mobilfunkanbieter arbeiten mit Hochdruck am Netz der 5-ten Generation (5g) indem Sie neue Technologien implementieren und die Funkzellen verkleinern. Die Sendemasten benötigen wiederum eine schnelle Glasfaseranbindung, um die hohen Datenraten weiterleiten zu können. Für die Nutzer werden sich dadurch völlig neue Möglichkeiten bieten, die bisher noch gar nicht absehbar sind. Der Ausbau erfolgt eigenverantwortlich durch die Mobilfunkanbieter. Die Stadtwerke unterstützen die Mobilfunkanbieter, die über kein eigenes oder nur über ein lückenhaftes Glasfasernetz verfügen.</p> <p>WLAN</p> <p>Seit einigen Jahren versorgen die Stadt in Kooperation mit den Stadtwerken und der TelemaxX viele öffentliche Plätze mit einem kostenlosen WLAN. Einwohner und Touristen schätzen das Angebot gleichermaßen. Die Technik schließt die Lücke zwischen dem Mobilfunk und einer kabelgebundenen Technologie. Sie bietet eine höhere Bandbreite als der Mobilfunk und spart gleichzeitig gebuchtes Datenvolumen des Benutzers. Das Netz soll in Zukunft noch weiter ausgebaut und auch von Geschäftskunden angeboten werden. Das Ziel ist, dass überall wo jemand warten muss, z. B. beim Arzt, beim Friseur, im Hotel oder im Restaurant das WLAN verfügbar ist, ohne dass der Nutzer sich erneut anmelden oder registrieren muss. Eine flächendeckende WLAN-Infrastruktur ist jedoch technisch unsinnig und wirtschaftlich nicht abbildbar.</p>

	<p>LPWAN</p> <p>Neben dem Mobilfunk und dem WLAN benötigt Baden-Baden eine dritte Technologie. Dabei handelt es sich um ein Low Power WAN (LPWA). Aufgrund des sehr geringen Energieverbrauchs erlaubt es diese Technologie, Sensoren mit einer sehr langen Batterielaufzeit von bis zu 10 Jahren über Funk zu erreichen. Gleichzeitig verfügt die Technologie über eine sehr große Reichweite, sodass das Signal auch in Kellern und Tiefgaragen zu empfangen ist. Erkauft werden diese Vorteile durch eine sehr geringe Bandbreite von wenigen KByte/s. Das Einsatzgebiet der Technologie ist das „Internet of Things IoT“ (Internet der Dinge). Die Idee dabei ist, viele Daten an vielen Objekten zu erfassen, zu sammeln und die Objekte miteinander interagieren zu lassen. Ein Beispiel ist der intelligente Kühlschrank, der seinen Inhalt kennt und automatisch eine Bestellung auslöst, wenn er leer ist. Für Baden-Baden ergeben sich viele Einsatzgebiete, um z. B. die Prozesse in der Stadtverwaltung und den Eigenbetrieben zu automatisieren und die Mitarbeiter zu unterstützen. Für Einwohner, Touristen, die Wirtschaft und das Gewerbe ergeben sich Dienstleistungen und Mehrwerte, die in ihrer Fülle zurzeit noch gar nicht abzusehen sind.</p>
Akteure:	Stadtwerke, ggf. Tochtergesellschaft (Internetwerke)
Zielgruppen:	Bevölkerung von Baden-Baden, Gäste, Verwaltung, Wirtschaft
Erforderliche Handlungsschritte:	<ul style="list-style-type: none"> • Beauftragung der Ziele durch Gemeinderat • Erstellen einer Strategie unter Berücksichtigung der Wirtschaftlichkeit • ggf. Gründung einer Tochtergesellschaft (Internetwerke) oder Kooperation mit anderen Marktteilnehmern • Aufbau von Know-how und ggf. von zus. Personal
Zeitraum:	ab sofort
Personalaufwand:	qualifiziertes Personal für diese Aufgabe generieren
Kosten für die Stadt:	hohe Anfangsinvestitionen, mit entsprechender Refinanzierung
Nutzen / Potenzial:	Standortfaktor, sehr hoher Nutzen, Wettbewerb
Mögliche Hemmnisse:	Regulatorische Hemmnisse, Personalgewinnung, Akzeptanzprobleme für Funktechnik
Flankierende Maßnahmen:	Breite Kommunikation in die Bevölkerung, Hemmnisse abbauen, technische Ausstattung, Fortbildung

Prinzip 10 (neu):	Baden-Baden fördert die Digitalisierung
Thema bzw. Handlungsfeld	Digitale Interaktion
Kurzbeschreibung:	<p>Der demografische Wandel schreitet in Deutschland weiter voran – die Bevölkerung wird immer älter. Gleichzeitig wird immer mehr über das Internet kommuniziert und es droht die Gefahr, dass persönliche soziale Kontakte nicht mehr gepflegt werden. Dies hat natürlich auch Auswirkungen auf den Zusammenhalt in der Bevölkerung.</p> <p>Baden-Baden möchte mit einer APP diesen Problemen entgegenwirken, bzw. eine Verbesserung herbeiführen. Der Grundgedanke ist dabei die Bürger wieder näher zueinander zu bringen. Dabei soll aber weniger die Kommunikation im Fokus stehen. Für diese Anforderungen gibt es bereits genügend Lösungen. Vielmehr soll das Miteinander und die gegenseitige Hilfe gefördert werden.</p> <p>So könnte</p> <ul style="list-style-type: none"> - ein älterer Mensch über die App eine Mitfahrgelegenheit zum Einkaufen suchen, - ein Nachbar anbieten, für einen bedürftigen Menschen den Einkauf oder andere Haushaltsdienste zu übernehmen, - jemand einem körperlich eingeschränkten Menschen anbieten ihn auf einen Ausflug zu begleiten, - man Treffen über die App koordinieren und - ein Hilfesuchender einen Notruf über die App an Nachbarn, Bekannte und Freunde absetzen. - Im Rahmen der Umsetzung werden sicher noch viele andere Themen auffallen, die dabei helfen können, das Miteinander in der Bevölkerung zu fördern
Akteure:	Verwaltung
Zielgruppen:	Bürgerschaft
Erforderliche Handlungsschritte:	Entwicklung einer App, Einbindung in die B-B App
Zeitraum:	ab sofort
Personalaufwand:	
Kosten für die Stadt:	
Nutzen / Potenzial:	Hilfe zur Selbsthilfe, Zusammenhalt erhöhen
Mögliche Hemmnisse:	Datenschutz, Schwarzarbeit, Steuerrecht, Verfügbarkeit von technischer Ausstattung
Flankierende Maßnahmen:	

Prinzip 10 (neu):	Baden-Baden fördert die Digitalisierung
Thema bzw. Handlungsfeld	Digitale Services
Kurzbeschreibung:	<ul style="list-style-type: none"> - Unterstützung der Bürger durch mehr elektronische Angebote seitens der Stadtverwaltung und der Eigenbetriebe (eGovernment) - Bürgerbeteiligung auf digitaler Basis - Veranstaltungskalender downloadfähig - Transparenterer Internetauftritt
Akteure:	Stadtverwaltung, Eigenbetriebe, Wirtschaft,
Zielgruppen:	Bürger, Gäste, Wirtschaft
Erforderliche Handlungsschritte:	Erarbeitung eines geeigneten Dienstleistungsportfolios
Zeitraum:	ab sofort
Personalaufwand:	nach Bedarf
Kosten für die Stadt:	
Nutzen / Potenzial:	Bürgerzufriedenheit, Transparenz und Effizienz der Verwaltung
Mögliche Hemmnisse:	Akzeptanz der Nutzer, der Mitarbeiter
Flankierende Maßnahmen:	Aus- und Fortbildung, Kommunikation in die Bevölkerung